

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan acuan dari beberapa penelitian yang sudah ada. Hasil-hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka berfikir mengenai penelitian ini.

Tabel 2.1
Ringkasan Peneitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Istianto, Donna.D. 2011.	Analisis faktor-faktor mempengaruhi penerimaan pajak reklame di kabupaten semarang tahun 2000-2003	Variabel bebas: 1. Jumlah 2. Penduduk 3. Jumlah industri 4. PDRB perkapita Variabel terikat Penerimaan reklame	Deskriptif kuantitatif (analisi regresi berganda)	Jumlah industri dan PDRB berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame, sedangkan jumlah penduduk tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame
Alfian nurrohman.2010	analisis faktor-faktor yang memoengaruhi penerimaan pajak daerah di kota	Variabel bebas: 1. produk domestik regional bruto 2. jumlah produk 3. tingkat inflasi	Deskriptif, uji normalitas, uji PLS (partial Least Square)	PDRB memiliki pengaruh yang signifikan trhadap

	Surakarta (1994-2007)	variabel terikat: penerimaan pajak		penerimaan pajak di kota surakarta, sedangkan variabel inflasi dan jumlah penduduk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak daerah kota surakarta tahun 1994-2007.
Debby farihun najib 2013	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi dalam membayar pajak penghasilan	Variabel bebas 1. tingkat pendidikan 2. pemahaman terhadap self assesment 3. pelayanan informasi perpajakan 4. pelaksanaan sanksi perpajakan variabel terikat : kepatuhan wajib pajak orang pribadi	Analisis regresi logistik	Pemahaman self assesment dan pelayanan informasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi, sedangkan tingkat pendidikan dan pelaksanaan sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang

				pribadi.
Irma Nurmayanti 2012	Analisis perbandingan penerimaan pajak penghasilan sebelum dan sesudah penerapan tarif tunggal dan pengaruhnya terhadap pajak penghasilan terutang (studi kasus wajib pajak badan di kantor pelayanan pajak pratama kota tasik malaya(2011)	Variabel bebas: 1. Penerimaan pph sebelum tarif tunggal (tarif progresif) 2. Penerimaan pph sesudah tarif tunggal (tarif tunggal) Variabel terikat: Pajak penghasilan terutang	t-test statistik parametris dan uji regresi sederhana dengan sekala pengukuran rasio	Terdapat perbedaan secara signifikan pada penerimaan pajak penghasilan antar sebelum dan sesudah penerapan tarif tunggal

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Good Corporate Governance

Menurut Monks dalam Kaihatu (2006:2) menyatakan bahwa Good Corporate Governance (GCG) secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholders*. Terdapat beberapa hal penting dalam penjelasan konsep ini, yaitu: (1) Tentang pentingnya hak pemegang saham dalam memperoleh informasi secara tepat waktu dan benar serta, (2) Perusahaan diwajibkan untuk melakukan pengungkapan secara transparan dan tepat waktu terhadap semua informasi.

Menurut Kaihatu (2006: 2), ada beberapa prinsip dasar yang harus diperhatikan dalam GCG yaitu:

1. *Transparency*, yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi yang materiil dan relevan mengenai perusahaan.
2. *Accountability*, yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjawaban organisasi perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Pengelolaan perusahaan harus didasarkan pada pembagian kekuasaan di antara manajer perusahaan yang bertanggungjawab pada pengoperasian setiap harinya dan pemegang sahamnya yang diwakili oleh dewan direksi.
3. *Responsibility*, yaitu kepatuhan dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku. Perusahaan diwajibkan untuk mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan agar dapat terjadinya kesinambungan usaha dalam rentang waktu yang lama.
4. *Independency*, yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

5. *Fairness*, yaitu perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hak-hak stakeholders yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundangan yang berlaku. Dalam pengelolaan perusahaan perlu ditekankan pada kesetaraan, terutama untuk pemegang saham minoritas.

Pajak merupakan sumber penerimaan dalam negeri yang utama. Oleh karena itu tidak dapat dipungkiri bahwa peran pajak sangatlah penting bagi negara. Pendapatan dari sektor pajak sangat dibutuhkan oleh negara yang saat ini tengah melaksanakan pembangunan di segala bidang. Pelayanan publik yang berkualitas tentunya menjadi faktor penting bagi penyelenggaraan pelayanan perpajakan seiring dengan semakin pesatnya kebutuhan dan tuntutan masyarakat. Salah satu cara yang sesuai untuk mewujudkan pelayanan yang berkualitas dan mengatasi permasalahan yang sering timbul di dalam pelayanan adalah dengan menerapkan prinsip-prinsip *good governance*. Penerapan prinsip-prinsip *good governance* memiliki peran penting sebagai salah satu unsur reformasi birokrasi. Melalui pelaksanaan prinsip-prinsip *good governance* yang diterapkan oleh pegawai, diharapkan wajib pajak mendapatkan kemudahan pelayanan dan dapat mengatasi segala permasalahan dan keluhan. (Ardhani, 2011:18)

Mardiasmo (2009 : 133) berpendapat bahwa pengukuran kinerja pada sektor publik dapat menggunakan prinsip *value for money*. Tujuan yang dikehendaki oleh masyarakat mencakup pertanggungjawaban mengenai pelaksanaan *value for money*, yaitu ekonomi, efisiensi, efektifitas,

a. Ekonomi

Ekonomi adalah hubungan antara pasar dan masukan, dengan kata lain ekonomi adalah praktik pembelian barang dan jasa dengan tingkat kualitas tertentu pada harga terbaik. Pengertian ekonomi sering dikaitkan sebagai kehematan yang mencakup juga pengelolaan secara hati-hati atau cermat dan tidak ada pemborosan. Suatu kegiatan operasional dikatakan ekonomi bila dapat menghilangkan atau mengurangi biaya yang tidak perlu.

b. Efisiensi

Efisiensi berhubungan dengan konsep produktivitas. Pengukuran efisiensi dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara output dan input (sumber daya). Proses kegiatan operasional dikatakan efisien apabila suatu produk atau hasil kerja tertentu dapat dicapai dengan penggunaan sumber daya dan dana serendah-rendahnya

c. Efektifitas

Efektifitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan telah berjalan dengan efektif. hal terpenting yang perlu dicatat adalah bahwa efektifitas tidak menyatakan tentang seberapa besar biaya yang telah dikeluarkan untuk mencapai tujuan tersebut. Biaya boleh jadi melebihi apa yang telah dianggarkan, boleh jadi dua kali lebih besar atau bahkan tiga kali besar dari pada yang telah dianggarkan. Efektifitas hanya melihat apakah suatu program atau kegiatan telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.2.2 Teori Agensi

Menurut Raharjo (2007:37) Teori agensi terfokus pada dua individu yaitu prinsipal dan agen. Prinsipal mendelegasikan *responsibility desicion making* kepada agen. Baik prinsipal maupun agen diasumsikan sebagai orang-orang ekonomi yang rasional yang semata-mata termotivasi oleh kepentingan pribadi, tapi mereka kesulitan membedakan penghargaan atas preferensi, kepercayaan dan informasi. Hak dan kewajiban dari prinsipal dan agen dijelaskan dalam sebuah perjanjian kerja yang saling menguntungkan.

Pendekatan Teori Keagenan Bagi Pemungutan Pajak di Indonesia Teori keagenan terfokus pada hubungan antara dua pelaku ekonomi yang saling bertentangan yaitu prinsipal dan agen. Prinsipal adalah pelaku ekonomi yang membayar orang lain untuk melakukan pekerjaan, sedangkan agen adalah pelaku ekonomi yang melakukan pekerjaan demi mendapatkan upah (Mathiesen, 2004).

Teori ini mengasumsikan bahwa prinsipal maupun agen merupakan para pelaku ekonomi yang berpikir rasional dan tindakannya semata-mata untuk kepentingan pribadi, akan tetapi mereka menemukan kesulitan dalam membedakan perbedaan atas preferensi, kepercayaan dan informasi. Berbagai konflik kepentingan yang kemudian muncul antara prinsipal dan agen yang disebabkan adanya hubungan keagenan atau *agency relationship*. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana pihak prinsipal memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberikan wewenang kepada agen untuk memberikan keputusan yang terbaik bagi prinsipalnya (Jensen dan Meckling, 1976). Hal tersebut umumnya terjadi karena

kondisi prinsipal yang tidak memungkinkan untuk melakukan sendiri pekerjaan yang diperintahnya. Misalnya dalam sebuah perusahaan, yang menjadi prinsipal adalah para pemilik perusahaan atau pemegang saham yang bertujuan memajukan perusahaan, sedangkan agen yang diperintahkan untuk mengelola perusahaan supaya perusahaan dapat maju adalah manajer.

Stephana (2008) prinsipal adalah pemerintah/negara yang mempunyai hak untuk menarik pajak pada warganegara, demi kepentingan pembangunan nasional. Besarnya biaya pembangunan yang harus ditanggung oleh negara/ pemerintah mendorong mereka untuk mengoptimalkan pajak yang dipungut, dengan memungut apa yang memang menjadi haknya berdasarkan aturan dan perundang-undangan perpajakan. Agen yang dimaksud dalam hal ini adalah para pemungut dan pemeriksa pajak yang turun langsung ke lapangan menghadapi para pembayar pajak atau wajib pajak. Mereka adalah orang-orang yang seharusnya mengusahakan agar tujuan pemerintah pusat/negara dapat tercapai yaitu mengoptimalkan pemungutan pajak. Dalam proses selanjutnya jika kedua belah pihak mempunyai visi yang sama yaitu mengoptimalkan pajak, maka diharapkan agen akan bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal. Akan tetapi, dalam praktek di lapangan seringkali pemungut atau pemeriksa pajak sebagai seorang agen tidak bertindak seperti kepentingan prinsipalnya. Kondisi tersebut terjadi ketika pihak agen bisa mendapatkan keuntungan pribadi yang lebih besar justru ketika ia tidak menjalankan kepentingan prinsipalnya. Hal tersebut bisa disebabkan oleh keterbatasan sistem penyelenggaraan pengawasan secara administratif yang membuat orang mampu untuk melakukan penghindaran pajak

secara ilegal (*tax evasion*). Hal tersebut dapat diperparah jika terjadi *moral hazard* dari pihak agen, dimana ia cenderung untuk mementingkan kepentingan pribadi dibandingkan mementingkan kepentingan negara. Untuk mencegah *moral hazard* pada pihak agen maka prinsipal harus mampu membatasi *divergent* kepentingannya dengan memberikan tingkat kenyamanan yang layak bagi agen yang bersangkutan. Tindakan ini akan memunculkan biaya yang kemudian dikenal sebagai *agency cost*. *Agency cost* yang bisa diterapkan adalah dengan menyusun sebuah sistem kompensasi yang tepat bagi manajer agar manajer mampu bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal. (Stephana, 2008)

2.2.3 Teori Kepatuhan (*compliance theory*)

Kepatuhan berasal dari kata patuh. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), patuh berarti suka menurut perintah, taat kepada perintah atau aturan dan berdisiplin. Kepatuhan berarti bersifat patuh, ketaatan, tunduk, patuh pada ajaran dan aturan.

Kepatuhan adalah motivasi seseorang, kelompok atau organisasi untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu dengan aturan yang telah ditetapkan. Perilaku patuh seseorang merupakan interaksi antara perilaku individu kelompok dan organisasi (Gibson et al dalam Suranto, 2001). Motivasi yang dimiliki seseorang sangat terpengaruh oleh faktor lingkungannya, baik internal maupun eksternal.

Kepatuhan merupakan perilaku untuk mengerjakan atau tidak mengerjakan aktivitas tertentu sesuai dengan kaidah dan aturan yang berlaku (Suranto, 2001). Dari definisi tersebut bisa diartikan bahwa kepatuhan wajib pajak

adalah perbuatan atau perilaku wajib pajak dalam pajak memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Kepatuhan wajib pajak merupakan tingkatan sejauh mana wajib pajak mengikuti undang-undang dan peraturan yang berlaku dalam melaporkan pajak terutang (Nihayah, 2004). Simanjuntak (2008) menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak juga meliputi ketidakpatuhan yaitu ketidakpatuhan yang disengaja dan ketidakpatuhan yang tidak disengaja. Ketidakpatuhan yang disengaja merupakan pelanggaran terhadap peraturan perpajakan. Hal ini disebabkan karena wajib pajak berusaha menghindari kewajiban pajaknya. Ketidak patuhan yang tidak disengaja terjadi karena wajib pajak tidak mengetahui atau memahami aturan pajak.

2.2.4 Penerimaan Negara

Menurut Adetya (2014) Penerimaan negara merupakan pemasukan yang diperoleh negara untuk membiayai dan menjalankan setiap program-program pemerintahan, sedangkan Sumber-sumber penerimaan Negara berasal dari berbagai sektor, dimana semua hasil penerimaan tersebut akan digunakan untuk membiayai pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.

Menurut Larasati, dkk dalam Ganie (2012:6) penerimaan Negara, membahas tentang beberapa sumber-sumber Negara memperoleh pendapatan. Pada teori penerimaan ini menganalisa tentang perbandingan keuntungan dan kerugian dari berbagai bentuk pemasukan dan membahas prinsip-prinsip yang

harus dilakukan terhadap pilihan-pilihan itu yaitu, terhadap bermacam-macam sumber pemasukan negara seperti pajak, utang Negara dan penciptaan sumber penerimaan yang baru.

2.2.5 Sumber-sumber Penerimaan Negara

Salah satu unsur APBN adalah anggaran pendapatan negara dan hibah yang diperoleh dari:

2.2.5.1 Pajak

Pengertian pajak yang dikemukakan oleh beberapa ahli antara lain menurut S.I. Djajadiningrat dalam (Resmi,2011:1) mendefinisikan pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan suatu hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan secara umum.

Selain itu menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H dalam (mardiasmo, 2009:1). Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontrapretasi) yang langsung dapat ditunjukan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Definisi pajak selanjutnya menurut Prof.Dr.P.J.A Andriani dalam (waluyo. 2013:2). Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak

mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan

Penerimaan pajak menurut UU no 17 tahun 2003, Penerimaan perpajakan adalah semua penerimaan yang terdiri dari pajak dalam negeri dan pajak perdagangan internasional. Pajak dalam negeri adalah semua penerimaan negara yang berasal dari pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai barang dan jasa, pajak penjualan atas barang mewah, pajak bumi dan bangunan bea perolehan hak atas tanah dan bangunan, cukai, dan pajak lainnya. Pajak perdagangan internasional adalah semua penerimaan negara yang berasal dari bea masuk dan pajak/pungutan ekspor. hingga saat ini struktur pendapatan negara masih didominasi oleh penerimaan perpajakan, terutama penerimaan pajak dalam negeri dari sektor nonmigas.

2.2.5.2 Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP)

Menurut Markus (2005:493) Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) adalah seluruh penerimaan pemerintah pusat yang tidak berasal dari penerimaan pajak. Penerimaan negara bukan pajak (PNBP) adalah semua penerimaan yang diterima oleh negara dalam bentuk penerimaan dari sumber daya alam, bagian pemerintah atas laba badan usaha milik negara, serta penerimaan negara bukan pajak lainnya (UU No 17 Tahun 2003)

A. PNBP dikelompokkan menjadi :

- a. Penerimaan yang bersumber dari pengelolaan dana pemerintah antara lain penerimaan jasa giro, sisa anggaran pembangunan, sisa anggaran rutin

- b. Penerimaan dari pemanfaatan sumberdaya alam. Yaitu segala kekayaan alam yang terdapat diatas, dipermukaan dan didalam bumi yang dikuasai negara, antar lain royalti dibidang perikanan, royalti dibidang kehutanan dan royalti dibidang pertambangan.
- c. Penerimaan dari hasil-hasil pengelolaan kekayaan negara yang dipisahkan, antara lain deviden atau bagian laba pemerintahan dari BUMN, dana pembangunan semesta dan hasil penjualan saham pemerintahan dalam BUMN.
- d. Penerimaan dari kegiatan pelayanan yang dilaksanakan pemerintah, antara lain pelayanan pendidikan, pelayanan kesehatan, pelayanan pelatihan, pemberian hak paten, merek, hak cipta, pemberian visa dan paspor, serta pengelolaan kekayaan negarayang tidak dipisahkan.
- e. Penerimaan berdasarkan putusan pengadilan dan yang berasal dari pengenaan denda administrasi, antara lain lelang barang rampasan negara dan denda.
- f. Penerimaan berupa hibah yang merupakan hak pemerintah, yaitu penerimaan negara berupa bantuan hibah dan atau sumbangan dari dalam dan luar negeri baik swasta maupun pemerintah yang menjadi hak pemerintah, kecuali hibah dalam bentuk seperti bencana alam atau wabah penyakit yang tidak dicatat dalam APBN.
- g. Penerimaan lainnya yang diatur dalam UU tersendiri.(markus, 2005:493)

B. Tarif PNB

Tarif atas jenis PNB ditetapkan dengan peraturan pemerintah tersebut dengan mempertimbangkan dampak pengenaannya pada masyarakat dan kegiatan usahanya, beban biaya pelayanan, aspek keadilan, memungkinkan perolehan keuntungan atau tidak menghambat kegiatan usaha masyarakat.

Jumlah PNB terutang ditetapkan oleh instansi pemerintah atau dihitung sendiri oleh wajib bayar. PNB bisa dibayar sendiri oleh wajib bayar berdasarkan *self assessment system* atau dipungut oleh instansi pemerintah yang ditunjuk oleh menkeu. Instansi pemerintah yang ditunjuk untuk membuat PNB wajib menyampaikan rencana dan laporan realisasi PNB secara tertulis dan berkala kepada menkeu. Pembayaran PNB bisa diangsur atas persetujuan instansi yang bersangkutan dengan dikenakan bunga sebesar 2 %. (markus, 2005:495)

C. Prosedur PNB

1. Penyetoran dan Penggunaan PNB

Seluruh PNB wajib disetor langsung secepatnya ke kas negara untuk dikelola dalam sistem APBN. Hasil APBN dapat digunakan untuk kegiatan tertentu yang berkaitan dengan jenis PNB tersebut oleh instansi yang bersangkutan, seperti untuk penelitian dan pengembangan teknologi, pelayanan yang melibatkan kemampuan intelektual tertentu dan pelestarian sumber daya alam. (markus,2005:495)

2. Pencatatan, Pemeriksaan, dan Sanksi PNB

Wajib bayar PNB atau instansi pemerintah yang ditunjuk untuk memungut PNB harus membuat pencatatan yang dapat menyajikan keterangan yang cukup untuk dijadikan dasar perhitungan PNB.

Wajib bayar PNB atau instansi pemerintah yang ditunjuk untuk memungut PNB dapat diperiksa oleh pihak yang ditunjuk tersebut untuk memastikan kebenaran pembayaran/pemungutan PNB. Apabila dari hasil pemeriksaan diketahui bahwa terdapat kurang bayar PNB, maka wajib bayar PNB atau instansi pemerintah yang ditunjuk untuk memungut PNB dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% sebulan, maksimal 24 bulan.

Wajib bayar PNB atau instansi pemerintah yang ditunjuk untuk memungut PNB dapat mengajukan keberatan atas hasil pemeriksaan tersebut kepada instansi pemerintah yang ditunjuk.

Wajib bayar PNB atau instansi pemerintah yang ditunjuk untuk memungut PNB dapat dikenai sanksi pidana apabila melakukan tindak pidana sibiidang PNB, seperti tidak menyampaikan laporan PNB terutang, membuat laporan palsu, dan lain-lain (Markus,2005:495)

D. Fungsi PNB

PNB memiliki beberapa fungsi antara lain (Halim,2014:56)

- a. Fungsi Budgeter, hal ini didasarkan karena PNB merupakan sumber penerimaan negara yang diperoleh setelah memberikan pelayanan jasa atau menjual barang milik negara oleh kementrian / lembaga negara kepada

masayarakat. Penerimaan ini dapat pula berasal dari pungutan dalam bentuk iuran, retribusi, sumbangan, atau pungutan.

- b. Fungsi regulasi, yaitu PNBP dapat pula berfungsi sebagai sarana untuk mengatur kebijakan pemerintah dalam berbagai sebagai sarana untuk mengatur kebijakan pemerintahan dalam berbagai aspek dalam rangka menggerakkan roda pembangunan.

2.2.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pencapaian Target PNBP di Kebun Raya Purwodadi

1. Harga

Menurut Chandra (2005:149), secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Kegunaan merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk atau *statement of value*. Menurut Wijaya dalam Hasanudin (2011:20). Harga adalah apa yang dibayar seseorang untuk apa yang diperolehnya dan nilainya dinyatakan dalam mata uang. Menurut Setyo dalam Sikrillah (2004: 36) harga adalah sesuatu yang bernilai yang harus direlakan oleh pembeli untuk memperoleh barang atas jasa. Harga Menurut Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Pemasaran produk perlu memahami aspek psikologis

dari informasi harga yang meliputi harga referensi (*reference price*), inferensi kualitas berdasarkan harga (*price-quality inferences*) dan petunjuk harga (*price clues*). Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran berhak menentukan harga pokoknya. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga tersebut antara lain biaya, keuntungan, praktik saingan dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut pula penetapan jumlah potongan, *mark-up*, *mark-down*, dan sebagainya.

Keputusan penetapan harga (Tjiptono, 2006:21) merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga para pesaing, serta memiliki peran strategis yang krusial dalam menunjang implementasi strategi pemasaran. Dari pengertian-pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan suatu perusahaan.

2. Pelayanan

Menurut Ibrahim (2008: 67) Pelayanan adalah pendekatan yang lengkap yang menghasilkan kualitas pelayanan bagi masyarakat/pelanggan. Pelayanan merupakan penggerak utama bagi operasional kegiatan bisnis dan ini memegang peranan yang sangat penting. Reformasi Pelayanan Publik menghendaki perubahan banyak hal, berawal dari paradigma, visi, misi, kebijakan/strateginya, hingga konsep pelayanan publik yang prima dan implementasinya.

Pelayanan adalah suatu cara melayani, membantu menyiapkan, mengurus dan menyelesaikan keperluan kebutuhan masyarakat, baik secara perorangan, kelompok dan atau golongan, organisasi ataupun sekelompok anggota organisasi

Dalam pengertian pelayanan tersebut terkandung suatu kondisi bahwa yang melayani memiliki suatu keterampilan, keahlian dibidang tertentu. Berdasarkan keterampilan dan keahlian tersebut pihak aparat yang melayani mempunyai posisi atau nilai lebih dalam kecakapan tertentu, sehingga mampu memberikan bantuan dalam menyelesaikan suatu keperluan, kebutuhan individu atau organisasi. (Sianipar, 2012).

Menurut Nurcholis (2007:56) pelayanan publik disebut juga pelayanan kepada masyarakat banyak, pelayanan sosial, pelayanan umum dan pelayanan prima. Pelayanan publik sebagai suatu proses kinerja organisasi, keterikatan dan pengaruh budaya organisasi sangatlah kuat. Apapun kegiatan yang dilakukan oleh aparat pelayanan publik haruslah berpedoman pada rambu-rambu aturan normatif yang telah ditentukan oleh organisasi publik sebagai perwujudan dari budaya organisasi publik.

Pelayanan adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik di pusat dan daerah maupun BUMN dan BUMD dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dinyatakan bahwa pelayanan publik adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain. (Tammarudin, 2012)

Pengertian kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof dalam Mts Arief (2006:118) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat

keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Juran Hunt (dalam Nasution, 2004:40) kualitas produk barang atau jasa adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Dari pengertian dan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya. Disini, pelanggannya yang berhak menilai baik buruknya kualitas jasa karena pelanggan yang mengkonsumsi dan merasakan jasa tersebut.

3. Fasilitas

Fasilitas merupakan aspek penting untuk menarik konsumen. Fasilitas yang nyaman dan lengkap merupakan faktor penting untuk menunjang dalam proses kegiatan. Menurut Sofo (2003: 43) fasilitas yaitu memberi kemudahan, atau membuat sesuatu lebih mudah, Aprianti (2011: 21) fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut, fasilitas adalah sumberdaya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan ke konsumen

Sedangkan menurut Subroto dalam Supriyanto (2012:32), fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Lebih luas lagi tentang pengertian fasilitas Arikonto (2002:32) berpendapat, fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan, memperlancar pelaksanaan suatu usaha. Adapun yang dapat memudahkan dan melancarkan usah ini dapat berupa benda-benda maupun uang, jadi dalam hal ini fasilitas dapat disamakan dengan sarana yang ada di lokasi.

4. Musim

Menurut Novianto (2014) Dalam Industri pariwisata, dikenal adanya musim-musim tertentu, seperti misalnya musim ramai "*high season*" dimana kedatangan wisatawan akan mengalami puncaknya, tingkat volume wisatawan akan mendekati volume maksimal dan kondisi ini akan berdampak meningkatnya pendapatan bisnis pariwisata. Sementara dikenal juga musim sepi "*low season*" di

mana kondisi ini rata-rata volume wisatawan tidak sesuai dengan harapan para pebisnis sebagai dampaknya pendapatan industri pariwisata juga menurun hal ini yang sering disebut "*problem seasonal*". pada kondisi *low season* sangat dimungkinkan pendapatan akan berkurang menurut pendapat West (1993) yang menawarkan SAM atau *social accounting matrix* untuk memecahkan masalah pariwisata yang saling berhubungan dari waktu ke waktu, kebermanfaatan pariwisata terhadap ekonomi harusnya berlaku proporsional untuk semua musim, baik musim sepi maupun musim ramai wisatawan.

High Season adalah musim dimana pelaku perjalanan baik umum maupun wisata pada tingkat volume tinggi, biasanya pada saat liburan panjang atau hari-hari besar seperti Idul Fitri, Natal, Tahun Baru dan Libur Panjang Sekolah. Low Season kebalikan dari high season dimana pelaku perjalanan baik umum maupun wisata pada tingkat volume rendah (muhamadazhari.com)

5. Jumlah kunjungan wisatawan

Menurut Soekadijo dalam Anggraini (2004) menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya (hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat tersebut).

Sedangkan yang dimaksud wisatawan menurut Spillane dalam Arlina (2013) adalah setiap orang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, sebagai usaha mencari keseimbangan atau

keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Menurut Spillane dalam Arlina (2013), industri pariwisata mempunyai beberapa sifat khusus, salah satunya yaitu produksi dan konsumsi terjadi pada waktu yang bersamaan. Tanpa wisatawan yang sedang menggunakan jasa wisata itu tidak akan terjadi kegiatan produksi wisata. Sehingga keberadaan wisatawan mutlak diperlukan untuk bisa menciptakan pendapatan pada kegiatan perekonomian daerah tujuan wisata yang nantinya akan membantu dalam peningkatan pengembangan dan pembangunan daerah setempat. Secara teoritis, semakin banyak jumlah wisatawan dan semakin lama wisatawan tinggal di suatu daerah tujuan wisata, maka semakin banyak pula uang yang dibelanjakan di daerah tujuan wisata tersebut, paling sedikit untuk keperluan makan, minum dan penginapan selama tinggal di daerah tersebut. Berbagai macam kebutuhan wisatawan selama perjalanan wisatanya akan menimbulkan gejala konsumtif untuk produk-produk yang ada di daerah tujuan wisata. Dengan adanya kegiatan konsumtif baik dari wisatawan mancanegara maupun domestik, maka akan memperbesar pendapatan yang diterima oleh pemilik usaha di industri pariwisata dari pembayaran atas pelayanan yang diterima oleh wisatawan yang nantinya akan meningkatkan jumlah penerimaan pajak dan retribusi bagi pemerintah daerah tujuan wisata setempat yang notabene merupakan komponen dari PAD industri pariwisata. Oleh karena itu, semakin tingginya arus kunjungan wisatawan ke tempat wisata, maka akan meningkatkan penerimaan.

6. Promosi

Promosi berasal dari kata bahasa Inggris *promote* yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan *omzet* penjualan. Pengertian promosi dapat dipandang berbeda dalam hal produsen dan konsumen. Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk. Sementara bagi konsumen, pengertian promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi adalah salah satu cara perusahaan (barang/jasa) untuk meningkatkan volume penjualan produknya. dengan demikian promosi untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit dari jasa atau barang yang di tawarkan sehingga akan menaikkan pendapatan (Rangkuti, 2009)

Menurut Kotler dan Keller (2009 :510) menyatakan bahwa promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau *brand* yang dijual.

7. Kepuasan Pelanggan

Ada berbagai macam definisi yang disampaikan oleh para pakar mengenai kepuasan pelanggan, antara lain :

Day dalam Tjiptono (2006). Kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan

antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Kotler dalam Lupiyoadi (2005). Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Berdasarkan kedua definisi tersebut, maka dapat diketahui adanya kesamaan tentang komponen kepuasan pelanggan yaitu harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pada umumnya harapan-harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk, sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang dibeli (Tjiptono, 1996 : 147).

Ada dua faktor yang sangat menentukan kepuasan konsumen yaitu:

1. Harapan pelanggan dan kinerja yang mereka rasakan.
2. Harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (*performance expectation*), harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan kinerja produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen. Maka pada dasarnya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dan jasa yaitu dengan membandingkan kinerja yang pelanggan rasakan dengan suatu tingkat harapan pelanggan yang telah dipersepsikan terlebih dahulu. Apabila pelanggan merasa puas maka akan menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tersebut yang dapat mendorong kemungkinan dilakukannya pembelian ulang atas produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2006 : 161), ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu :

a. Strategi *Relationship Marketing*

Merupakan strategi dimana suatu transaksi antara penjual dan pembeli berkelanjutan dan tidak berakhir setelah proses penjualan selesai. Dengan kata lain terjalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus-menerus.

b. Strategi *Superior Customer Service*

Merupakan strategi dimana perusahaan berorientasi untuk menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Perusahaan yang menggunakan strategi ini, akan memperoleh manfaat yang sangat besar dari pelayanan yang lebih baik. Meskipun pada akhirnya strategi ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia (SDM), dan usaha yang gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan superior.

c. Strategi *Unconditional Service guarantee*

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi kebijakan program penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi atau jaminan dalam hal ini mutlak dirancang untuk meringankan resiko atau kerugian pelanggan, dalam hal yang tidak puas dengan suatu produk atau jasa yang telah dibayar oleh pelanggan.

d. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas. Kecepatan dan ketepatan penanganan merupakan hal yang penting bagi

terwujudnya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Karena semakin lama keluhan ditangani, maka pelanggan akan berpikir bahwa perusahaan tidak mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semua pihak yang ada dalam perusahaan berhak dan wajib turut campur dalam penanganan keluhan terutama pihak manajemen puncak.

e. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan

Melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*. Dan *public relations* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan kedalam sistem penilaian prestasi karyawan, dan memberikan *empowerment* yang lebih besar kepada para karyawan dalam melaksanakan tugasnya.

f. Menerapkan *Quality Function Deployment*

Strategi ini untuk merancang proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan, QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi. Dengan demikian QFD memungkinkan suatu perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses hingga mencapai efektivitas maksimum. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk secepat mungkin.

Setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan akan memperoleh beberapa manfaat pokok sebagai berikut (Tjiptono,2006) :

1. Reputasi perusahaan semakin positif di mata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya.
2. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
3. Memungkinkan terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga semakin banyak orang yang akan membeli dan menggunakan produk/ jasa perusahaan.
4. Meningkatkan volume penjualan dan keuntungan
5. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis

2.2.7 Sumber-sumber Penerimaan Negara dalam Islam

Menurut **Ridwan, (2010)** bahwa dalam konsep keuangan Islam pajak bukanlah merupakan pos pendapatan utama sebuah negara. Pajak (dharibah) hanyalah pos darurat yang akan dipungut oleh negara kepada warga negara tertentu jika keuangan negara dalam kondisi kritis.

Sementara itu, jika bicara tentang sistem keuangan Islam mayoritas para ekonom maupun praktisi ekonomi Islam akan menjawab bahwa zakat (dengan berbagai ragamnya) adalah pos pendapatan yang utama. Tentu anggapan ini tidak sepenuhnya benar. Sebab selain zakat, bagi negara yang menerapkan syariah Islam secara kafah, termasuk dalam sistem keuangannya, pos penerimaan Baitul Mal sangat banyak ragamnya. Abu Ubaid dalam Kitab Al Amwal, menjelaskan secara gamblang pos-pos penerimaan negara dan alokasi pendistribusiannya.

Dalam kitab tersebut, Abu Ubaid menulis secara lengkap pos penerimaan negara dan alokasi pendistribusiannya seperti fai', khumus, kharaj, usyur, jizyah, ghanimah, dan tentu saja, zakat.

Pos-pos Penerimaan Negara Islam:

2.2.7.1 Ghanimah

Menurut al-mishri. (2006:156). Ghanimah merupakan harta yang didapatkan oleh kaum muslim dari musuh-musuh mereka lewat peperangan, harta itu dapat dimiliki mereka karena telah memenagkan peperangan. Jika terdapat ghanimah yang berhasil dikuasai, harta itu tidak hanya dimiliki oleh golongan mereka. Al quran memberikan tuntutan untuk membaginya dengan orang-orang yang lemah yang tidak ikut dalam peperangan. Sebagai upaya untuk mewujudkan persamaan.

Allah berfirman :

﴿وَأَعْلَمُوا أَنَّمَا غَنِمْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ لِلَّهِ خُمُسَهُ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ إِن كُنْتُمْ ءَامَنْتُمْ بِاللَّهِ وَمَا أَنْزَلْنَا عَلَىٰ عَبْدِنَا يَوْمَ الْفُرْقَانِ يَوْمَ التَّقَىٰ أَجْمَعِينَ ۖ وَاللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ﴾

Artinya:

“ketahuilah, sesungguhnya apa saja yang dapat kamu peroleh sebagai rampasan perang, maka sesungguhnya seperlima untuk Allah, Rasul, Kerabat Rasul, anak-anak yatim, rang-orang miskin dan ibnusbil” (QS Al Anfal:41)

2.2.7.2 Kharaj

Kharaj adalah sejenis pajak yang dikenakan pada tanah terutama ditaklukan oleh kekuatan senjata, terlepas dari apakah si pemilik itu seseorang yang dibawah umur, seseorang dewasa, seseorang bebas, budak, muslim ataupun tidak beriman. (Mannan, 1997:251)

Kharaj secara harfiah berarti kontrak, sewa menyewa atau menyerahkan. Dalam terminologi islam, kharaj adalah pajak atas hasil tanah, dimana para pengelola wilayah taklukan harus membayar kepada negara islam. Negara islam setelah penaklukan adalah pemilik atas wilayah itu, dan pengelola harus membayar sewa kepada negara islam. Jadi kharaj ibarat penyewa atau pemegang kontrak atas tanah atau pengelola yang membayar pajak kepada pemiliknya. Kharaj (pajak) dalam bahasa arab adalah kata lain dari sewa dan hasil. (Gustami, 2011:109)

Sebagaimana firman Allah SWT:

أَمْ تَسْأَلُهُمْ خَرْجًا فَخَرَاجُ رَبِّكَ خَيْرٌ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Artinya

Atau kamu meminta upah kepada mereka, maka upah dari Tuhanmu adalah lebih baik, dan dia adalah pemberi rezeki yang paling baik (QS Al-mu'minun 72)

2.2.7.3 Jizyah.

Islam juga membebankan pajak kepada non muslim yang hidup dalam naungan islam. Pajak ini dinamakan jizyah, sebagai kompensasi atas stabilitas keamanan dan fasilitas kehidupan lainnya yang didapatkan. Jika negara tidak mampu memberikan keamanan dan kenyamanan bagi mereka, maka jizyah akan

dikembalikan. Namun jika mereka ikut berperan serta dalam mempertahankan dan menjaga negara, maka mereka tidak dibebankan untuk membayar jizyah. Jizyah dibayarkan sebagai kompensasi atas kemauan diri, harta dan bumi mereka yang telah dilakukan oleh negara. Selama negara tidak mengubah agama mereka dan tidak menghalangi mereka untuk menjalankan syariatnya, maka tidak ada alasan bagi mereka untuk tidak membayar jizyah. (al-mishri. 2006:157)

Firman Allah SWT

قَاتِلُوا الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا بِالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلَا يُحَرِّمُونَ مَا
حَرَّمَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَلَا يَدِينُونَ دِينَ الْحَقِّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا
الْكِتَابَ حَتَّى يُعْطُوا الْجِزْيَةَ عَنْ يَدٍ وَهُمْ صَاغِرُونَ ﴿٢٩﴾

Artinya

Perangilah orang-orang yang tidak beriman kepada Allah dan tidak pula kepada hari kemudian, dan mereka tidak mengharamkan apa yang diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya dan tidak beragama dengan agama yang benar (agama Allah), yaitu orang-orang yang diberikan Al-kitab kepada mereka, sampai mereka membayar jizyah dengan patuh sedang mereka dalam keadaan tunduk (QS Al-Taubah 29)

2.2.7.4 Harta Kepemilikan Umum

Menurut Ridwan, (2010). Harta milik umum (milkiyah amah) adalah harta yang telah ditetapkan kepemilikannya oleh Allah bagi kaum muslim dan menjadikan harta tersebut sebagai milik bersama umat Islam. Individu-individu diperbolehkan untuk mengambil manfaat dari harta tersebut, tetapi tidak diperbolehkan untuk memilikinya secara pribadi.

Harta kepemilikan umum mencakup tiga jenis, yaitu:

- a. Sarana-sarana umum yang diperlukan oleh seluruh umat Islam dalam kehidupan sehari-hari, seperti air, padang rumput (hutan) dan api (sumber energi);
- b. Harta-harta yang keadaan asalnya terlarang bagi individu untuk memilikinya, seperti jalan umum, kereta api, PAM, dsb;
- c. Barang tambang (SDA) yang jumlahnya tidak terbatas, seperti tambang minyak bumi, gas alam, nikel, batu bara, emas, tembaga, uranium, dan sebagainya. Semua jenis harta ini dikelola sepenuhnya oleh negara untuk kesejahteraan rakyat. Individu maupun swasta, apalagi swasta asing (seperti Shell, Chevron, Exxon Mobil, Newmont, Freeport), dilarang untuk mengelola apalagi memilikinya.

2.2.7.5 Harta Usyr

Menurut al-mishri. (2006 : 158). Usyr merupakan kewajiban atas harta perdagangan yang pertama kali dikenalkan oleh Umar ra dengan kesepakatan para sahabat. Dalam kontk perekonomian modern, usyr identik dengan pajak ekspor-impor atau bea cukai. Usyr dikenakan atas harta yang masuk di wilayah kekuasaan negara tertentu (ekpor-impor), batas minimal harta (nishab) tersebut sebesar 200 diham atau sama dengan 20 mitsqal emas. Besarnya kewajiban yang harus dibayarkan sebesar 2,5-10%

Harta haram para penguasa dan pengawai negara, harta hasil kerja yang tidak diijinkan syara', serta harta yang diperoleh dari hasil tindakan curang lainnya. Yang termasuk dalam kategori ini adalah suap (risywah), hadiah/hibah,

harta yang diperoleh dengan kesewenang-wenangan dan paksaan, hasil makelar dan komisi (gratifikasi) para penguasa dan aparat negara, korupsi (ikhtilas), dan denda.

2.2.7.6 Sedekah

Sedekah berasal dari kata shadaqa, yang berarti benar. Sedekah ialah membenaran (pembuktian) dari keimanan kepada Allah SWT, dan Rasull-Nya yang diwujudkan dalam bentuk pengorbanan materi. Menurut istilah agama pengertian sedekah sering disamakan dengan infaq. (Gustami, 2011: 84)

Menurut Ibnu Taimiyah dalam Gustami (2011:84) yang dimaksud sedekah adalah zakat yang dikenakan atas harta kekayaan muslim tertentu.

Firman Allah SWT

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

Artinya

Sesungguhnya shodaqoh (zakat) itu, ahnyalah untuk orang-orang fakir , orang-orang miskin, pengurus pengurus zakat, para mualaf yang dibujuk hatinya, untuk memerdekakan budak , orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah maha mengetahui lagi maha bijaksana (QS Al-Taubah 60)

2.2.7.7 Infaq

Infaq berasal dari kata anfaqa yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. Sedangkan menurut istilah infaq berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau penapatan untuk satu kepentingan yang diperintahkan ajaran islam. Infaq dikeluarkan oleh setiap orang yang beriman baik lapang maupun sempit. (Gustami, 2011:90)

Firman Allah SWT

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ لِيَصُدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ ۚ فَسَيُنْفِقُونَهَا ثُمَّ تَكُونُ عَلَيْهِمْ حَسْرَةً ثُمَّ يُغْلَبُونَ ۚ وَالَّذِينَ كَفَرُوا إِلَىٰ جَهَنَّمَ مُحْشَرُونَ ﴿٣٦﴾

Artinya

Sesungguhnya orang-orang kafir menafkakan harta mereka untuk menghalangi (orang) dari jalan Allah, mereka akan menafkahkan harta itu, kemudian menjadi sesalan bagi mereka, dan mereka akan dikalahkan. Dan kedalam jahanamlah orang-orang kafir itu dikumpulkan (QS Al-Anfal 36)

2.2.7.8 Zakat

Zakat berasal dari kata zaka yang berarti menumbuhkan, menambah, memberkatkan, menyucikan. Zakat adalah rukun islam ketiga, diwajibkan di Madinah pada tahun kedua hijriyah, namun ada yang berpendapat bahwa perintah ini diwajibkan bersamaan dengan perintah kewajiban sholat ketika nabi masih berada di Mekkah. Perintah memungutnya ditujukan oleh Allah SWT. Kepada setiap Ulu'ul Amri. (Gustami,2011:91)

Firman Allah SWT:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ
سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Atrinya

Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan mendoalah untuk mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui (QS Al-Taubah 103)

2.2.7.9 Fay'i

Fay'i berarti mengembalikan sesuatu. Dalam terminologi hukum fay'i menunjukkan seluruh harta yang didapat dari musuh tanpa peperangan . istilah fay'i digunakan untuk seluruh harta yang diperoleh dari musuh, baik harta yang tidak bergerak seperti tanah dan pajak yang dikenakan pada tanah tersebut.(Gustami, 2011: 103)

2.2.7.10 Pajak atas pertambangan dan harta karun

Bila suatu tambang yang padat dan dapat dilebur, mengandung emas, perak, besi dan sebagainya atau harta karun ditemukan ditanah kaum muslimin, seperlima dari hasilnya harus diserahkan kepada negara untuk memenuhi keadilan sosial.

Ada perbedaan pendapat tentang sifat yang dikenakan pada pertambangan dan harta karun. Menurut Mahzab Syafi'i dan Hambali ini dianggap sebagai zakat, sedangkan Hanafi menganggapnya sebagai persoalan barang rampasan. Tanpa menyinggung kedua perbedaan tersebut keduanya merupakan sumber

penerimaan negara. Bila suatu pertambangan atau harta karun ditemukan ditangan orang muslim, maka seperlima harus diserahkan kepada negara. (Gustami, 2011:115)

2.2.7.11 Waqaf

Waqaf atau waqf secara harfiah berarti berhenti, menahan, satu diam. Secara teknis syariah. Waqaf sering kali diartikan sebagai aset yang dialokasikan untuk kemanfaatan umat dimana substansi atau pokoknya ditahan, sementara manfaatnya boleh dinikmati untuk kepentingan umum.

Umar bin Khattab ra juga pernah mewaqafkan sebagian tanahnya di Khaibar, kemudian menyedekahkannya kepada fakir miskin, hamba sahaya, Ibnu Sabil dan kepada para tamu. kemudian waqaf ini diikuti oleh kaum muslimin pada umumnya selama berabad-abad. (Gustami, 2011:115). Sebagai landasan waqaf disebutkan dalam Al-Quran

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ

بِهِ عَلِيمٌ ﴿٩٢﴾

Artinya

Kamu sekali-kali tidak sampai kebabakan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan, sesungguhnya Allah mengetahuinya (QS Ali-imran 92)

2.3 Kerangka Berfikir

Pembahasan penelitian ini didasarkan pada langkah-langkah pemikiran sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi sumber-sumber PNBP.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi PNBP.
3. Menjelaskan faktor-faktor yang terkait dengan PNBP.
4. Meneliti faktor-faktor tersebut yang paling berpengaruh dalam PNBP.
5. Menganalisis data yang telah di peroleh dari penelitian.
6. Membuat kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.

Gambar 3.1 Kerangka Berfikir

